

Colombia, comunicación y crisis: La dimensión desconocida

Uriel Hernando Sánchez Zuluaga*

RESUMEN

Una dimensión es, en general, un espacio y un tiempo en los cuales se desenvuelven unos sujetos que pueden experimentar unos acontecimientos. Es un aspecto o faceta de algo. Este texto plantea cómo en medio de la crisis, Colombia entra en una dimensión desconocida. La comunicación se convierte en una posibilidad para buscar una nueva etapa para el país, ya que los colombianos están perdiendo la esperanza y empiezan a asumir que éste es un estado permanente y no un asunto coyuntural.

Los medios han sido inferiores al reto que la sociedad les plantea. Una nación que vive una realidad como la nuestra difícilmente puede preciarse de contar con una buena comunicación; por eso se aborda aquí cómo el colombiano percibe la crisis a través de su propia experiencia, de la de los demás y a través de los medios.

Después de plantear facetas de los medios masivos y alternativos de comunicación, el texto propone la comunicación como una alternativa para la construcción de una nación diferente. Una tarea que debe emprenderse desde las instituciones, las empresas, las diferentes agrupaciones comunitarias, incluyendo nuevas perspectivas en los procesos de comunicación intrapersonal, interpersonal y de masas.

PALABRAS CLAVE

Colombia Crisis

Comunicación Medios

* Comunicador Social de la Universidad de Antioquia. Especialista en Gerencia por la Universidad Pontificia Bolivariana. Magíster en Educación por la Pontificia Universidad Javeriana. Jefe de la División de Relaciones Internacionales de la Universidad de Medellín. Coautor del libro *Comunicación empresarial: una mirada corporativa*. usanchez@udem.edu.co

ABSTRACT

A dimension is, in general, a space and a time through which some individuals, who may experience some events, develop their activities. It is an aspect or a facet of something. This text expounds how in the middle of the crisis, Colombia has entered an unknown dimension. Communication has turned into a possibility to search for a new phase for the country, since Colombians have lost hope and started to assume that this is a permanent state and not a circumstantial affair.

The means have been quite inferior to the challenge expounded by society. A nation that lives a reality like ours can hardly boast about having a good communication; therefore, this text approaches how a Colombian perceives the crisis through his own experience, the experience of others, and through the media.

After expounding facets of massive and alternative means of communication, the text proposes communication as an alternative for the building of a different nation: a task which should be addressed from within institutions, companies, the various community groups to include new perspectives in the processes of intra-personal, interpersonal and mass communication.

1. La dimensión desconocida: A modo de introducción

En días pasados, con la ansiedad del televidente postmoderno, cambiaba canales en el televisor –*swapping*– sin hacer puerto en programa alguno. Paseaba la vista por fragmentos de imágenes gracias a los cortes instantáneos y certeros que, como una guillotina, permite hacer el control remoto. En uno de esos pasos implacables me encontré de repente con un programa en blanco y negro, fondeado por una melodía que insinuaba oscuridad e incertidumbre. En la pantalla se leía “La *dimensión desconocida*”.

Con nostalgia me dispuse a disfrutar de aquel programa de relatos en los cuales el tiempo y el espacio se hacían juegos oscuros. Individuos presos de la historia y la vida experimentaban sucesos imprevisibles, en situaciones extrañas salidas de la racionalidad humana; tan paradójicas, tan complejas e imposibles que sólo podrían catalogarse en lo desconocido –para no entrar en la discusión entre lo real o lo irreal, que además, y como lo ha mostrado Borges, a veces pueden ser lo mismo–. Durante treinta minutos observé un programa tan inverosímil que, cuando lo pienso bien, resultó de lo más humano.

Aquello me ayudó a pensar cómo una nación en crisis se envuelve en una dimensión que nadie logra conocer realmente. La realidad en la cual vivimos los colombianos, nuestra cotidianidad y sus acontecimientos me parecieron de macondiana analogía con aquellas de la televisión. Colombia vive hoy en una dimensión desconocida y la comunicación puede ser una ventana abierta a un país diferente.

Una dimensión es, entre otras acepciones, la confluencia de un espacio y un tiempo en los cuales unos sujetos experimentan ciertas vivencias. De otra parte, lo desconocido es lo ignorado, lo no conocido antes; pero es también lo cambiado, lo falto de reconocimiento o gratitud. Una dimensión puede ser, entonces, desconocida por no haberse conocido antes o por no ser grata o por haber sido cambiada.

En este caso, una *dimensión desconocida* se expresa básicamente desde un tiempo y un espacio que por algún motivo se desconocen o no se reconocen; o por los acontecimientos que ocurren allí y que pueden ser ingratos o irreconocibles. Sin embargo, desde la perspectiva de nuestro programa de televisión, la dimensión desconocida es también una dimensión inverosímil, paradójica. Y el punto de partida es, por contraparte, una dimensión más grata, reconocida y, acaso, más verosímil.

En aquel programa de televisión la idea de una dimensión desconocida seducía por una serie de acontecimientos extraños que ocurrían a personas como nosotros, personajes que un día cualquiera experimentaban asuntos paradójicos e inverosímiles. Se sugería así la existencia de una dimensión coexistiendo muy cerca de la nuestra. Era la presentación de otro tiempo en nuestro tiempo; otro espacio en nuestro espacio; otras fuerzas, leyes y cursos de la naturaleza diferentes de los conocidos, de los visibles, de los estudiados, de los esperados. Quizás una dimensión paralela o, simplemente, otra u otras, superpuestas, integradas; invisibles fuerzas actuando sobre las ya invisibles fuerzas que nos gobiernan.

Así es Colombia, y así es la relación entre comunicación y crisis en nuestro país. Se trata de una dimensión muy amplia y difícilmente delimitable; es una faceta compleja de nuestra sociedad; es una relación que no siempre reconocemos o nos negamos a reconocer; es, a veces, paradójica y, a menudo, inverosímil.

2. La dimensión de crisis

La crisis es un estado, un momento con unas características y particularidades diferentes a las ideales o buscadas, pero no es el final de una sociedad, de un grupo o de una organización; es el final de un estado para dar paso a otro nuevo. Es un momento trascendental que puede significar la ausencia de futuro si no se supera; pero, en términos absolutos, no es el final.

Ferrater Mora nos ha explicado cómo el sentido originario de crisis es *juicio*-, una decisión final sobre un proceso. Puede entenderse también como una elección o la terminación de un acontecer. La crisis resuelve una etapa o estado y, al mismo tiempo, designa el ingreso en una situación nueva con sus propios problemas. *“El significado más habitual de ‘crisis’ es dicha nueva situación y sus problemas lo que se acentúa. Por este motivo suele entenderse por crisis una fase peligrosa de la cual puede resultar algo beneficioso o algo per-nicioso para la entidad que lo experimenta”*.¹

La crisis evidencia el incumplimiento del plan. Lo planeado no se alcanza. Los sucesos se presentan de un modo diferente de lo estipulado o buscado; por lo tanto, un período debe terminar. En ese sentido, cuando llega el final del grupo la crisis también termina. El presupuesto más generalizado es el de sobrepasar la crisis sin que se presente el final del grupo o sociedad.

Temporal y súbita

La crisis es temporal, no es indefinida. La prolongación de la crisis en el tiempo acerca el final –la muerte– de la sociedad, la organización, el grupo o el sujeto. *“En general, no puede, pues, valorarse a priori una crisis positiva ni negativamente, ya que ofrece por igual posibilidades de bien y de mal(...) ciertas valoraciones anticipadas son posibles tan pronto como se especifica el tipo general de la crisis”*². En estos términos, parece ser que una de las características reconocidas en los diferentes tipos de crisis se encuentra en su carácter súbito y usualmente acelerado. *“La crisis no ofrece nunca un aspecto ‘gradual y ‘normal’, además, parece ser siempre lo contrario de toda permanencia y estabilidad”*}}

La incertidumbre

La crisis agencia la incertidumbre. Se pierden certezas. Disminuye la confianza y el futuro se torna difuso. Tiende a nublarse la claridad en las decisiones. Las fuerzas pueden debilitarse para emprender las acciones que exige la situación. Se puede perder el umbral que se ha perseguido por largo tiempo. Los elementos filosóficos que sustentan la organización, el grupo o la sociedad pueden ponerse en entredicho. Los logros del pasado pueden perder sentido frente a los días

venideros. La credibilidad en la institucionalidad y sus valores puede tambalear.

Así mismo, en la crisis el escenario del presente tiende a enraizarse en las personas y obstaculiza la posibilidad de vislumbrar otros escenarios con mejores expectativas hacia el futuro. Esto acarrea actitudes pesimistas de las personas y conlleva a dificultades en el desarrollo de las acciones para alcanzar esos escenarios más prometedores.

Una tendencia al escepticismo es parte de las situaciones críticas ya que las actitudes negativas fluyen no solamente hacia los elementos o aspectos que en evidencia no han funcionado como se esperaba, sino también hacia los que han funcionado correctamente. Además, se hace difícil establecer la diferencia.

El rumor

Frente a la incertidumbre y el pesimismo se eleva el flujo de rumores. Las personas hacen circular la información que tienen. Esto genera seguridad, puesto que quienes hacen circular información experimentan una sensación de poder y quienes la reciben una sensación de saber. Los sujetos hacen esto con la información real y efectiva; pero también con la información desconocida.

Normalmente los sujetos tratan de intuir aquello desconocido, completan los datos incompletos para plantear explicaciones y soluciones a los demás. Estas ideas circulan primero como opiniones, luego, rápidamente, son comentadas en tono de información confirmada, como si fuesen datos oficiales.

En la crisis se aventuran escenarios posibles. Las personas construyen su propia respuesta a la situación experimentada. Además, muchas personas tratan de proveerse de espacios y garantías individuales. Buscan la seguridad personal. Parece ser que dentro de la crisis los individuos buscan beneficios para alejar de sí los efectos de la situación de irregularidad. Se trata de asegurar el bien particular y la protección de los intereses individuales.

La otra posibilidad

En las situaciones críticas se evidencian otros efectos que parecen contradictorios con los ya postulados, sin ser más que el fruto de la ambivalencia y multiplicidad del género humano. Las personas suelen responder a las peores y más inhumanas situaciones con lo más hondo de sí mismos: su humanidad. Por eso, en la adversidad se tiende a la solidaridad, la amistad y el compañerismo.

En los momentos más difíciles muchas personas tratan de proteger al más débil, restringen lo suyo para compartirlo con otros, emplean sus fuerzas y capacidad creativa para ofrecer soluciones comunes. Se presenta un pensamiento colectivo, se evidencia una responsabilidad con el género humano y se hacen sacrificios por las generaciones más jóvenes o, incluso, por las venideras. Los lazos de sangre hacen que la familia adquiera sentidos muchas veces adormecidos en tiempos mejores. Las madres y padres, particularmente las primeras, son protegidos con agradecimiento y amor.

El miedo

En otra perspectiva digamos que el miedo es un meridiano de los cambios de una etapa a otra, de situaciones calamitosas y de las transformaciones en los procesos de los grupos humanos. El miedo es una perturbación angustiosa del ánimo por un riesgo de un daño real o imaginario. Es también una aprehensión o recelo de una persona frente a la posibilidad de que le suceda algo no deseado o pernicioso. Se presenta como fruto de la crisis y puede ser también su generador. Se agencia cuando las personas sienten que las circunstancias son adversas a sus intenciones o deseos de bienestar.

El miedo es un imperativo de supervivencia de la naturaleza humana. La muerte es, por excelencia, su generadora; por eso, la enfermedad, el dolor, el hambre, la inestabilidad y la idea misma de cambio suelen desencadenar en miedo. Estos son una alarma frente a la posibilidad de la muerte o de un final aunque sea a largo plazo: el de un periodo, una etapa, un grupo, unos derechos, unas alternativas, una posibilidad de futuro, unas ventajas, una familia... una vida. En tanto el miedo está relacionado con amenazas fisiológicas, mentales o espirituales su presencia en un sujeto es anuncio de crisis.

Individual y colectiva

Desde una perspectiva general es posible identificar dos tipos esenciales de crisis, por demás relacionadas entre sí. A la primera podríamos denominarla crisis humana (individual) y la segunda es la llamada crisis histórica (colectiva). Estos tipos de crisis designan una situación en la cual la realidad humana emerge de una etapa ‘normal’—o pretendidamente ‘normal’— para ingresar en una fase acelerada de su existencia, fase llena de peligros, pero también de posibilidades de renovación como lo ha expuesto Ferrater.

En esta línea de pensamiento la crisis denota una brecha entre circunstancias previas o pasadas y un futuro por constituirse. *“Por lo común, la crisis humana individual y la crisis histórica son crisis de creencias y, por lo tanto, el ingreso en la fase crítica equivale a la penetración en un ámbito en el cual reinan, según los casos, la desorientación, la desconfianza o la desesperación. Ahora bien, puesto que es característico de la vida humana el aspirar a vivir orientada y confiada, es usual que tan pronto cómo esta vida entra en crisis busque una solución para salir de la misma.”*¹⁴

Agrupando ideas diremos que en la crisis se estructuran comportamientos condicionados por el miedo, el rumor, la incertidumbre, la pérdida de espacios personales y comunes, las actuaciones egoístas e individualistas o la dificultad para visualizar un futuro mejor. En los avatares de la humanidad, los procesos mismos de cambio y transformación implican el surgimiento de crisis individuales y colectivas. Crisis de los sujetos dentro de grupos humanos y crisis de las comunidades y sociedades. Una perspectiva sistémica nos haría pensar que de la una se pasa fácilmente a la otra. Las crisis de las personas de una u otra forma implica la de un colectivo y de las comunidades o los pueblos se desencadenan las crisis globales.

3. La dimensión negada

En su libro *Ensayo sobre la ceguera*, José Saramago, nos muestra una sociedad en crisis, la crisis misma del ser humano en las circunstancias críticas. Quizás en los primeros párrafos de aquella novela, uno advierta una historia de ciencia ficción, pero el transcurrir del relato señala una situación en la cual aflora el ser humano con todo su humanismo.

En la narración de Saramago, el problema inicial es de unos pocos. Esos, los extrañamente enfermos, los ciegos, son separados de la comunidad. El sitio de la cuarentena se convierte rápidamente en un espacio de adversidad, de maltrato e indignidad. Aquel es un espacio de robo, violencia, inequidad. Los ciegos de adentro no saben de los sucesos externos, los de aquella ciudad ciega que los excluye. Pronto la comunidad entera recibe también aquella ceguera blanca, la ceguera física. La gente toda, de repente, ha perdido la vista.

Más allá del primer espacio donde confinan a los primeros ciegos, la ciudad entera se convierte en el lugar donde algunos saquean, otros hieren, algunos buscan entre basuras los despojos de cualquier cosa. El hambre azota, y la violencia deja su huella. El lector confirma, finalmente, que no hubo ciencia ficción, que los ciegos somos todos y aquella no es una novela sino un ensayo sobre la crisis de la humanidad. Una crisis negada por los ciegos sociales y que deja finalmente en la ceguera a todos. Tal vez fue muy tarde cuando la transparencia de la mirada regresó para alejar la ceguera blanca; no por blanca menos perniciosa.

En Colombia la comunicación ha sido inferior al reto que su sociedad le plantea. Una nación que vive una realidad como la nuestra, difícilmente puede preciarse de una buena comunicación. De un modo más preciso deberíamos comprender que los colombianos hemos sido inferiores a nuestra necesidad de comunicación. Esa incapacidad nos ha negado la posibilidad de cumplir con nuestros propios y más grandes retos. Si la comunicación ha sido inferior al reto, la razón primera se encuentra en los colombianos, porque somos las personas quienes ponemos en común, simbolizamos e intercambiamos mensajes y sentidos.

Por muchos años Colombia ha negado su realidad, la ha ocultado y, además, los colombianos hemos escondido la cabeza como el avestruz. Nos hemos negado a ver, y hemos separado a los ciegos, enfermos, pobres. Hemos cerrado los ojos ante nuestras verdades más dolorosas y nos hemos complacido en las interpretaciones quejumbrosas de ser un país pobre. Justamente hemos obligado a los más pobres a llevar las cargas más pesadas de nuestros errores. Nuestra crisis colectiva no puede derivar de otra que no sea la crisis de nuestros individuos y de la incapacidad de un pueblo para hacer común; para comunicarse realmente. Y dicen que no hay peor ciego que aquel que no quiere ver.

El sino trágico

Las sociedades en vía de desarrollo se encuentran particularmente familiarizadas con algún tipo de problemáticas. Pareciera normal que algunas comunidades se sientan abocadas a ciertos

conflictos y los asuman como un sino, parte de un destino que no pueden cambiar. Eso es parte de ser colombiano, boliviano, ecuatoriano o, simplemente, latino.

Colombia tiene para muchos el sino trágico de ser pobres en un país pobre y, además, en crisis. Cada colombiano tiene, como cualquier ser humano, unos problemas que le pertenecen por ser quien es. Puede tratarse de problemas fisiológicos, mentales, económicos, familiares, sociales o globales. Todos, por ejemplo, tenemos el problema del calentamiento del globo y del agujero en la capa de ozono. Ese nos pertenece a todos y a cada uno de los terrestres por serlo, por haber nacido en la tierra y por las acciones de la humanidad.

Para los colombianos existen, entonces, una serie de problemas propios de ser colombianos. Somos la gente del país de las drogas con un conflicto armado de más de cuarenta años, con un gran desequilibrio social, un bajo acceso a la educación, altos índices de pobreza, irrespeto grave a los derechos humanos, elevadas tasas de criminalidad, y una de las corrupciones continuadas más perversas del mundo, para mencionar algunos problemas. Además de padecer la crisis el mundo nos aísla por eso. Para ese mundo ser colombiano es una enfermedad que no se contagia pero fastidia, molesta y mata.

Nuestra realidad no es clara, no sabemos realmente lo que está pasando en esta tierra y aún no somos capaces de ponernos de acuerdo ni siquiera en un lenguaje común para hablar de nuestros asuntos más graves. No encontramos la forma de dialogar sobre nuestros propios problemas. En nuestro país no hemos definido claramente qué es lo que nos separa. Tanto para el mundo como para nosotros mismos, la nuestra es una dimensión desconocida.

4. La percepción de la crisis: Su dimensión

“Como a Rosario le pagaron un tiro a quemarropa mientras le daban un beso, confundió el dolor del amor con el de la muerte. Pero salió de dudas cuando despegó los labios y vio la pistola”. Así se inicia la novela *Rosario Tijeras* del colombiano Jorge Franco Ramos⁵. En este relato la pobreza, las carencias de la gente de los barrios más humildes, los conflictos de nuestros jóvenes se enmarcan en el narcoterrorismo ostentoso y pseudo brillante.

La crisis, cuando los sujetos la viven en carne propia, como Rosario Tijeras, muchas veces es la del hambre, la violencia, la exclusión. Pero es también la de la palabra, la del engaño. Es violencia el derroche de unos y la mezquindad de otros. Es la crisis del dolor de muchos y la actitud impávida de otros. En la crisis se sujetan los cuerpos de unos y se arrojan al suelo los de otros. En nuestra crisis hay cuerpos abaleados, cuerpos abusados, cuerpos encerrados, cuerpos negados, cuerpos vendidos.

De este modo puede comprenderse cómo el cuerpo adquiere su propio significado en la crisis. Al secuestrado la crisis le ha quitado la libertad, le ha cercenado el alma y le ha herido los sueños. A la prostituta que vende su cuerpo la crisis le ha negado el derecho a su propio cuerpo y le ha obligado a venderlo a momentos, por noches, por ratos. Pero es su propio ser el que se escapa cuando se entrega sin aliento, sin ganas, sin escalofríos. Al asesinado le han quitado todo y a su

familia le han rasgado las ganas de vivir. Es un dicho popular que *nadie experimenta en cabeza ajena*. Entonces la experiencia es propia, nace de la vivencia de cada uno, de sus actos y de las consecuencias de los mismos. De los pensamientos y sentimientos personales expresados en el mundo, de la puesta en común, de las vivencias, de las interacciones y transacciones con otros en medio de sus diferencias y similitudes.

El colombiano vive la crisis de su país, básicamente, desde tres miradas. Primero está la dimensión de lo que vive y experimenta de modo directo y esto conlleva unos procesos intracomunicativos. Estos le permiten al sujeto explicarse a sí mismo la situación y definir el modo de comunicarse con el medio que le rodea. En segundo caso podemos referirnos a la dimensión de lo que el sujeto percibe de los demás y cómo esas otras personas viven la crisis. En general, este segundo modo de percepción acentúa los procesos intercomunicativos y lleva a las personas al intercambio y transacción de percepciones e ideas. En tercer lugar se encuentra la percepción que las personas tienen de la crisis desde la información que reciben a través de los medios masivos de comunicación. Siendo así, las personas se encuentran en medio de una crisis que es, a la vez, varias; una y muchas, múltiple; con diversas miradas desde diferentes palcos, con distintos lentes e infinidad de distancias.

La percepción desigual

El modo de percibir la realidad puede ser diferente en cada sujeto. En estas circunstancias, los niveles de adversidad y dificultad, los modos caóticos de enfrentar el final de una etapa para entrar en otra o el cisma de un proceso cualquiera influyen en las personas con ponderados impactos que dependerán de múltiples y variopintos aspectos.

De entrada puede establecerse que las diferencias de percepción nacen de diferencias fisiológicas y genéticas. Algunos sujetos perciben con más facilidad cambios de olor que de temperatura; pero otros recuerdan más fácil lo visto que lo escuchado. Las razones son, además, psicológicas y culturales. En este punto podemos recordar a Gracián cuando dijo que *“visto un león están vistos todos y vista una oveja, todas, pero visto un hombre, no está visto sino uno, y aun ese no bien conocido”*⁶.

La educación recibida y las condiciones del medio en las cuales creció y se educó el sujeto ejercen influencia en las características de percepción. Aceptamos aquí dicha percepción como la información que se recibe por los sentidos, se procesa en el cerebro y es almacenada en la memoria, produciendo alguna forma de respuesta física o mental”⁷.

La diferencia de actuaciones de los sujetos en una sociedad se explica porque toman decisiones distintas, porque son diferentes, y han recibido oportunidades diferentes en medios o entornos con variaciones. Las personas que han ejercido sobre ellos los procesos educativos e institucionalizantes, de seguro, tampoco han sido iguales. Ésa es la esperanza de la comunicación y tal vez el asiento incomprendido de nuestra crisis.

Para cada sujeto el mundo es lo que él ha vivido en su mundo. García Márquez nos ha dicho que *“la vida no es la que uno vivió, sino la que uno recuerda y cómo la recuerda para contarla”*. Cada uno recuerda de la vida lo que más le ha impactado de ella, lo que le ha dejado una impronta más profunda en su existencia y ha vulnerado su capacidad de olvido.

De lo súbito a la permanencia

Si la crisis es súbita, temporal, paso de un estado a otro, tiende a desvanecerse la idea de que el país esté atravesando por una. Y ése es uno de los sentimientos generalizados que empiezan a apoderarse de los colombianos: ¡parece que ya no estamos en crisis: este es nuestro estado normal!

Según este temor, Colombia es un país con un proceso continuado y estable de deterioro de la calidad de vida, por lo menos, en los últimos cincuenta o sesenta años. Algunos dicen que realmente hace quinientos años. Así las cosas, ésta ha dejado de ser una crisis, y para serlo tendrán que mejorarse muchas cosas a fin de que el país observe una recuperación. Sólo así los ciudadanos de esta nación creeremos en la posibilidad de llegar a otro estado de las cosas y experimentaremos una nueva etapa: eso es crisis. Para muchos observadores y expertos estas ideas, además de absurdas, sonarán negativas. Un argumento que se esgrime ante este postulado es el del tiempo; son cuarenta años y eso, comparado con civilizaciones milenarias, demuestra cómo una vez superada esta situación se convertirá en sólo un episodio de la historia del “país del Sagrado de Corazón”. Puede ser verdad; sin embargo, para personas que han vivido cuarenta años en la miseria, y visto morir a sus hijos en esta guerra; para alguien que salió de su tierra y aún no ha llegado a ninguna parte; alguien a quien sólo lo cobijan los periódicos cuarenta años son la vida entera. Para ellos se fue la vida sin una crisis, porque la crisis es un cambio; para ellos el dolor y la angustia, el miedo y la indignidad fueron la toda su existencia.

Esperanza en el naufragio

Los colombianos tenemos la esperanza, por lo menos, de un país en crisis, porque ésta representa la esperanza de alcanzar un nuevo estado, nuevas etapas, otra dimensión. Porque estos dolores y angustias, estos miedos, esta indignidad se están haciendo permanentes y se presienten eternos. Porque nadie está seguro de la tierra que pisa, ni al doblar la esquina, o al caminar al lugar de trabajo. Como canta, Juanes: *“¡Fíjate bien dónde pisas/fíjate cuando caminas/ no vaya a ser que una mina/ te desbarate los pies, amor... /ya no sé quién es el dueño de tu vida y de la mía/ sólo sé que hay un cuento/ que no parece que terminal”*.

Pero no es este un problema de los más pobres, es también un problema de los más ricos y de los que apenas sobreviven y de los que no toman decisiones y de los que las toman y las tomaron mal cuando pudieron decidir. Éste es un problema de todos y cada uno, ésta es una crisis de cada colombiano en su medio de actuación, en su interacción con los otros y consigo mismo.

Basta leer la historia de Colombia para encontrar un mar de insensatez que ni siquiera ha servido de experiencia, porque se siguen tomando los atajos más complicados, las vías más arrevesadas

y las soluciones más costosas; al fin y al cabo alguien sale beneficiado, aunque no sepamos quién. Por encima de todo necesitamos un país más equitativo con gente más equitativa y eso, seguramente, no empieza por los que tienen menos ni están más lejos de las decisiones diarias del país.

Esta es la esperanza de todos, no es el final ni es un sino irre-nunciable y como lo ha planteado William Ospina en la *Franja Amarilla*: “Colombia vive momen-

tos dramáticos, pero quien menos le ayuda es quien declara, por impaciencia, por desesperación o por mala fe, que esas circunstancias son definitivas, o que obedecen a causas ingobernables”.⁸

Para los colombianos víctimas del secuestro propio o de algún familiar o amigo la percepción de su patria es amarga y, tal vez, alejada de pensar que se trata de un periodo de crisis. Para quienes han enterrado a sus hijos, padres, amigos por causa del hambre o la violencia este país sabe a tierra de cementerio. Para los que ven cómo se escapan los días sin una solución a las carencias de educación de sus hijos, que además están desnutridos y mal vestidos o desvestidos, esta Colombia ya no sabe a nada.

Robarle la vida a la muerte

En Colombia una muerte natural ya no causa sólo tristeza, en medio del dolor genera también el regocijo de los familiares que en el fondo dicen: *por lo menos fue una muerte natural, Dios se lo quitó a la violencia de este país*. Y es que en verdad frente a la muerte natural sentimos que con esa misma muerte le ganamos una vida... a la muerte. Como dice la canción que interpreta el grupo Sudamérica. “*besé a la muerte/ abofeteé sus huesos de la cara/ y quise nuevamente/ bajar a la montaña*.”

Esta nación es como un naufragio y los colombianos somos como náufragos en medio de una tormenta que arrecia contra la dignidad y las esperanzas de un futuro mejor. Pero “*al náufrago le hacen nadar la inteligencia y el deseo, las fuerzas que nos hacen construir civilizaciones y destruirlas, crear y abolir, emprender las tareas del amor o las tareas del odio*”⁹.

5. La dimensión de la crisis a través de los otros

En este barco vamos todos, estamos en alta mar y la tormenta arrecia. Esta crisis la experimenta cada ciudadano, cada náufrago, pero es inseparable de la que vive por los demás, a través de los otros y con los otros. Somos una comunidad y cada uno tiene amigos, padre, madre, hermanos, hijos, conocidos. Cada uno vive en los otros y por otros; cada uno de los colombianos siente que algunos le duelen, siente por lo que ellos sienten, piensa por lo que ellos piensan, actúa por las actuaciones de esos otros. Los demás viven su propia vida, experimentan su propia crisis, pero sumada a la nuestra. Los otros cuentan, expresan, informan, Los otros nos dicen de sus propios temores, dan sus propias explicaciones y ofrecen sus soluciones.

El cantante Juanes, con ritmo, lo ha expresado mejor que cualquiera:

*“Que mis ojos se despierten con la luz de tu mirada / yo a Dios le pido/
que mi madre no se muera y que mi padre me recuerde/ a Dios le pido/
Que te quedes a mi lado y que más nunca te me vayas, mi vida/ a Dios le pido/
que mi alma no descanse cuando de amarte se trate, mi cielo/ a Dios le pido/
por los días que me quedan y las noches que aun no llegan/ yo a Dios le pido/
por los hijos de mis hijos y los hijos de tus hijos/
a Dios le pido/ que mi pueblo no derrame tanta sangre y se levante mi
gente/
a Dios le pido/
que mi alma no descanse cuando de amarte se trate, mi cielo/ a Dios le pido/
un segundo más de vida para darte y mi corazón entero entregarte/
un segundo más de vida para darte y a tu lado para siempre quedame/
un segundo más vida yo a Dios le pido/
que si me muero sea de amor/
si me enamoro sea de vos/ y que de tu voz sea este corazón
/ todos los días a Dios le pido”.*

En el otro o los otros se afianzan las particularidades y singularidades que tenemos como sujetos. Hoy comprendemos que la comunicación parte de procesos intrapersonales en los cuales cada sujeto, realmente, necesita comunicarse consigo mismo para poner en común luego con otros. También es cierto que la riqueza del ser humano se encuentra en el reconocimiento de otros con quienes puede convivir y a quienes puede amar.

El fruto de las interacciones y las transacciones construye las sociedades y su cultura. Es el intercambio de sentidos lo que enriquece y eleva el sentido propio de una persona. Finalmente, la convivencia afortunada es la puesta en común de la comunicación con uno mismo, las interacciones y transacciones de lo que uno es, siente, piensa, hace y espera, con aquello que los otros son sienten, piensan, hacen y esperan.

Tal vez la evolución de la comunicación no ha sido totalmente infortunada. Es posible que sea, justamente, el modo como ésta se ha presentado una de las causas de las crisis de nuestra sociedad o de la crisis humana en sí misma. He planteado en otro texto que nos encontramos “más mediados que comunicados”. Hoy pareciera que tenemos más medios que posibilidades de comunicación. Damos por hecho que los medios sirven al hombre para comunicarse. Olvidamos, sin embargo, que un medio implica, de por sí, uno en la mitad entre dos, un puente, una distancia. Dicho intermedio debería comunicar, relacionar a otros que le han convertido en su conexión. Sin embargo, es posible que un medio aleje, distancie, des-concierte. Si el medio no cumple la tarea que los actores o sujetos del proceso comunicacional esperan de él, éste puede terminar por cumplir una labor contraria, la de separar, la de alejar.

Armand y Michelle Mattelart nos han explicado en su libro sobre el desarrollo de las teorías de la comunicación que el inicio de los estudios científicos sobre la misma se encuentra, realmente, en Adam Smith, y su ensayo sobre la causa de la riqueza de las naciones. Para la época y los tiempos subsiguientes la comunicación estuvo ligada al transporte¹⁰. El intercambio de los mensajes, en la gran mayoría de los casos, implicaba la movilización del mismo y, por ende, el desplazamiento de quien tenía la misión de entregar dicho mensaje. Con excepción de la interacción directa entre dos o más sujetos, la comunicación se concentró, entonces, en el desarrollo de tecnologías para disminuir o anular al máximo el efecto de esas distancias.

En la actualidad contamos con tecnologías avanzadas de comunicación e información. Hemos derrotado distancias. El satélite y la Internet nos ofrecen la primacía del intercambio de datos y mensajes sobre el tiempo y el espacio. Los celulares, las antenas, los diferentes aparatos de recepción y emisión nos han acercado. Pero esa misma tecnología ha preponderado la individualidad, ha puesto trabas y elevado barreras a la comunicación interpersonal sin necesariamente mejorar la intrapersonal. Para los colombianos resulta apenas paradójico que con más medios masivos de comunicación, con mayor tecnología, la puesta en común y la interacción sean débiles como para sumimos en la situación actual.

Los nuestros son, en gran medida, problemas de incomunicación; solo para citar un ejemplo recordemos los inicios de los diálogos de paz y la famosa “zona de distensión” cuando el mundo entero vio al entonces Presidente de Colombia Andrés Pastrana, solo, sentado en la mesa, declarando abiertos los diálogos y sin un interlocutor con quien dialogar¹¹. No sabemos si hablaron por teléfono ese día o el anterior; pero ese día, ante el mundo, no dialogaron. Comunicacionalmente también eso expresa una dimensión de las dificultades y simbologías de un proceso de tal tipo. Sin embargo, es claro que la comunicación básica, la que debe darse entre los sujetos de modo directo, es la primera en crisis por estos días en estas tierras.

6. La crisis a través los medios de comunicación

En Colombia la crisis social se evidencia, como en todo el mundo, a través de los medios de comunicación; no sólo por su capacidad de mostrarla, sino también, y al mismo tiempo, por su incapacidad de hacerlo. Se dicen y presentan sucesos que el país debe conocer, se destapan, por demás, algunos escondidos de modo siniestro. Pero se dejan de mostrar muchos otros, se callan por miles de razones, entre ellas, porque los medios mismos no alcanzan a verlos o en ocasiones prefieren no verlos. Y es que los colombianos hemos preferido no vernos. Parece más segura aquella ceguera blanca como en el libro de Saramago.

La categoría de medios masivos, o **“mass media”** hace pensar en homogeneidad, regularidad y hasta uniformidad de los medios. Realmente, como categoría, puede asignárseles una serie de características que los agrupan, fundamentalmente desde su condición de tecnologías y acceso a las masas. Pero los medios masivos no son tan uniformes como podría derivarse de su agrupamiento. Son disímiles; como las personas tienen cada uno sus particularidades.

El impacto social de la radio, la televisión, el cine, los periódicos, o la Internet, por citar algunos, demuestra que pueden trazarse delimitaciones por tipos de audiencias, espacios de exposición, accesibilidad de los espectadores, movilidad de los perceptores o posibilidades de interacción, por ejemplo.

Estos aspectos hacen, inevitablemente, que la percepción y comprensión de los acontecimientos sociales y el transcurrir de las realidades perceptibles no sean iguales para todas las personas. Pero ni siquiera, en relación con un mismo medio, en las mismas condiciones físicas, y frente a la misma información, dos sujetos adquieren una comprensión igual de lo que sucede en la esfera de lo público, como la llamó Habermas.

El profesor Jhon Jaime Osorio ha dicho que los noticieros de televisión en Colombia obedecen claramente a una estructura de tres cuerpos determinados por la forma como jerarquizan la presentación de los cuerpos humanos. Primero, se presentan los cuerpos muertos con la información de orden público; en segundo lugar, se presentan los cuerpos atléticos con la información deportiva y finalmente la pantalla se llena con los anoréxicos y reconstruidos cuerpos de silicona en las secciones livianas sobre farándula y “vida social”.

La agenda

La agenda de los noticieros colombianos obedece en primera instancia al orden público. Parece que fuera únicamente allí donde se desenvuelve la vida nacional. De este acontecer dependen la economía, la política, la educación, la inversión social, la educación. Es después de evaluar esta información que se toman las decisiones. El inversionista determina a dónde va su dinero; el padre de familia establece si puede o no visitar una región del país en paseo familiar, cuándo y por qué medio. Los jóvenes definen si se puede acampar o salir a las fincas y hosterías de los municipios turísticos. Las madres se hacen una idea del peligro que corre su familia... del peligro que corren sus hijos. Los educadores de los barrios más pobres calculan si los estudiantes asistirán o no a las clases del día siguiente. Los vendedores determinan si su correría sigue en pie o es mejor cambiar la ruta por unos días. Los dirigentes, secretarios, ministros, concejales, diputados, congresistas y representantes advierten cuál es la agenda que les impone la situación nacional.

Tanto en los barrios pobres como en los barrios ricos, la gente presencia muchas veces actos violentos y luego corre al televisor para ver lo que presentan los noticieros. Los medios se convierten en la realidad del país. Pareciera que las cosas no suceden hasta que las cámaras muestran su enfoque —el de la cámara, el del periodista y el del medio— de los acontecimientos.

Muchas veces, además, las cámaras llegan a donde no puede llegar la fuerza pública; ven lo que las fuerzas del Estado no pudieron ver. El país ha visto varias veces, por varios días, *las tomas* —imágenes—, *de las tomas* —incursiones violentas—, que grupos armados hacen de pueblos no siempre lejanos, pero como dicen las gentes: “olvidados de Dios”, o por lo menos del Estado. Así ocurre también con los bloqueos a las carreteras, los llamados paros armados y muchas otras situaciones en las cuales las cámaras de televisión acceden a donde la fuerza pública se tarda días o hasta semanas en llegar.

Un ejemplo: Mapiripán

Mapiripán es un municipio anónimamente celebre. Su nombre resulta de alguna recordación para la mayoría de los colombianos. Este lugar fue mencionado en un comercial de una entidad bancaria que quería decirle a sus públicos que se encontraba en capacidad de ofrecerle servicios en los sitios más insospechados del país. El modelo del comercial mencionaba un listado de lugares a donde efectivamente nadie hubiera pensado que podrían prestarle los servicios de esa entidad, porque nadie o muy pocos nacionales hubieran pensado en visitar ese lugar; ya que nadie o muy pocos lo conocían o lo habían escuchado mencionar.

Después del periodo en el cual se pudo observar esta pauta publicitaria, los colombianos nuevamente dejamos en paz a Mapiripán. Una noche cualquiera esa paz se acabó; la sangre y el horror hicieron parte del primer cuerpo de los noticieros. Fue el día de los cuerpos muertos en Mapiripán, de la desazón y la desesperanza, de la verdad del país en uno de los rincones de pobreza en los cuales suele ensañarse. Aquella vez los noticieros mostraron que aquel lugar realmente existía.

Los medios le muestran al colombiano en qué país está viviendo. Pero cada uno lo hace de una forma, con una mirada, un enfoque, desde una tendencia política o unos intereses comerciales. Desde un compromiso social o unas expectativas económicas; desde las imposiciones de una pauta saturada para el espacio, o los niveles de ausencia de la misma; desde los criterios de los directores de los medios y con el convencimiento que sobre su ejercicio profesional tengan los periodistas.

En Colombia, como en cualquier lugar del mundo, la agenda noticiosa está en gran parte determinada por los intereses y directrices de los grandes emporios económicos que son sus dueños.

La programación de las cadenas de televisión obedece, en general, a lo que da más resultado, a lo que vende, a lo que los espectadores quieren ver. Y en eso, los medios son más que pragmáticos, son certeros. Nadie puede pedirles que pierdan dinero, ¿cómo funcionarían si así fuese? ¿Es posible, sin embargo, que los medios actúen en disonancia de la realidad social? Los muertos venden, y los deportes, y lo hacen también, notablemente, las mujeres bellas, de senos voluptuosos y colas escalofrantes.

La realidad del país le sirve a los medios para vender con los muertos, y esa es la realidad, esa es la información que produce el país. Pero hay personas que trabajan, que se niegan a morir y que quieren morir de amor. Hay colombianos tratando de avanzar en la investigación científica, escribiendo, creando empresas familiares de arepas o dulces. Hay colombianos adelantando procesos educativos en los barrios, y organizando olimpiadas deportivas o campeonatos de fútbol entre esas mismas barriadas. Hay gente construyendo ranchos para los más pobres y componiendo canciones. Esa gente también es parte de la realidad e igualmente tendría que ser parte de la agenda de los medios. Pero a los periodistas les cuesta mucho esfuerzo convencer a los gerentes de que esas “nimiedades” también son de Colombia, también son noticia.

La agenda y la educación del ciudadano

Los reclamos sobre la programación de los medios y su modo de mostrar la realidad nacional nacen no sólo del compromiso informativo, también y muy vigorosamente de la responsabilidad educativa. Algunos medios del país reciben la crítica de sectores de la sociedad y de sectores académicos por no cumplir con la responsabilidad de formar ciudadanos. Los canales de televisión o los periódicos han sido tímidos al abordar temáticas que verdaderamente enseñen y recuerden cómo el principal reto de los seres humanos es aprender a vivir juntos.

En los medios, claramente se puede aprender a comprar, pero no enseñan a “tener” y no parece percibirse en ellos una apuesta por enseñar a “ser”. Es posible afirmar que esas son tareas de la educación, es cierto; pero la educación es también una gran tarea de los medios.

No se puede afirmar que todos los medios masivos de comunicación están haciendo las cosas mal; pero sí hay que decir que muchos las están haciendo incompletas. La selección de la programación, el abordaje y acercamiento a los temas, la profundización en los mismos, la destinación de franjas, son aspectos que se alejan de lo superficial y, por el contrario, adquieren gran relevancia en el modo como los ciudadanos se acercan a su entorno y a su realidad.

A través de los medios de comunicación los ciudadanos construyen importantes nociones políticas. En ese espacio pueden decidir su voto, pues es allí donde mejor pueden conocer a sus candidatos. Para la mayoría de los colombianos el conocimiento que los medios les ofrecen de los planes de gobierno de los aspirantes a las instituciones representa su mayor acercamiento a esas propuestas.

Las encuestas de intención de voto se han convertido en el mundo entero en factores de alta influencia en la decisión de los votantes; casi puede decirse que una encuesta favorable es, en muchos casos, la mejor franja de propaganda para un candidato. El tratamiento de esas encuestas en los medios implica responsabilidad social, política y educativa. El abordaje informativo a esos materiales constituye un factor de construcción democrática y además un compromiso de los medios con la crisis en su aspecto político.

Pero la democracia se construye con muchos otros elementos además de las elecciones, aunque éstas sean el centro de la expresión democrática. La democracia se construye en la participación efectiva que la veeduría ciudadana permite, en el respeto a las ideas del otro, en la posibilidad de disentir, en el beneficio de las obras sociales, en la responsabilidad de respetar y exigir el respeto a la primacía del bien común, en la defensa y valoración de las instituciones, y todo eso deben enseñarlo la familia, la escuela y, por supuesto, los medios de comunicación como parte de la denominada estructura formadora de la sociedad.

Los medios y la construcción cultural

La cultura en su diversidad y como construcción artificial de los seres humanos es constante, dinámica, transformadora y transformable. La cultura es lo que somos en medio de lo que los otros son y lo que ellos nos enseñan y nos posibilitan ser en el marco de un bien común. Para Ortega

y Gasset la cultura se explica como *“el sistema de ideas vivas que cada tiempo posee”* y acota que éstas son *“el repertorio de nuestras efectivas convicciones sobre lo que es el mundo y son los prójimos, sobre la jerarquía de valores que tienen las cosas y las acciones...”*¹² La cultura, en tiempos de medios de comunicación e información, debe valorarse y construirse, en gran medida, desde los mismos. Corresponde a los medios la puesta en común de la cultura y las culturas.

Si bien es cierto que debe buscarse una pluralidad e interacción de las culturas del orbe, es igualmente cierto que deben valorarse expresiones locales que aportan sentido a muchas personas de muchas civilizaciones que existen con cotidianidades mucho más míticas y románticas que la de una cultura uniforme para un mundo globalizado.

Además de las tareas de inserción en el mundo, los *media* están llamados al redescubrimiento de realidades sustanciales de los pueblos. Deben propiciar la sana identificación de las comunidades consigo mismas y contribuir a la construcción de las posibilidades de desarrollo a las cuales nuestras sociedades se niegan a renunciar.

Entre los mass media y los medios alternativos

Para la mayoría de las personas la crisis a través de los medios es, justamente... mediada..., no es directa, no es la misma que se percibe en la experiencia personal. Por eso puede sentirse lejana, abstracta, alejada del sujeto que la observa, lee o escucha. Se trata de asuntos que le pasan a otros, a los demás, a otra gente en otra parte. La realidad a través de los medios no parece propia, es para verla, para tenerla como referente, no se puede tocar ni palpar. Por eso, cuando la realidad propia es registrada por los medios masivos se presenta un extrañamiento en el sujeto. Se abre una dimensión nueva. Se cierra un círculo.

Quienes siempre percibieron una realidad a través de los medios pueden ser un día los emisores y protagonistas de esa realidad, los sujetos de la noticia. Y la gran mayoría no estamos acostumbrados a estar allí. El sujeto se siente mirado, identificado, enjuiciado, reconocido cuando está en una fotografía, cuando se cuenta su historia y se ven sus imágenes. Se convierte en el centro de algo que miró siempre desde el perímetro. Entonces, las personas se revisan y revisan sus acontecimientos para establecer si lo presentado masivamente concuerda con lo que son y han vivido. Y la respuesta es: no. Los medios de información siempre serán fragmentados, parcializados, miopes. ¡Eso no fue todo lo que pasó!, ¡Aún hay más! ¡Yo no soy así!, ¡eso no fue lo que yo dije!, ¡me han malinterpretado! ¡eso está descontextualizado! Son las algunas de las frases que el extrañamiento produce.

El sujeto percibe mucho más de lo que el medio puede presentar; frente a los otros recuerda más detalles de los que él mismo es capaz de relatar al periodista; tiene antecedentes, guarda sentimientos, transforma en su mente, y sigue cambiando. Los medios, por su parte, sólo pueden, finalmente, mostrar una o unas versiones de los acontecimientos. Además, las personas siempre tenemos la sensación de que las fotografías y las imágenes de televisión y vídeo siempre nos muestran distintos de la imagen que tenemos de nosotros mismos —lo que es verdad—.

Aun con la importancia que revisten en cubrimiento y programación los grandes medios, la comunidad empieza a comprender la relevancia y valor comunicativo e informativo que conllevan otros medios al alcance de las personas. Éstos, por supuesto, ofrecen otras posibilidades de interacción con la cotidianidad y otras percepciones. Por ejemplo, las comunidades empiezan a interactuar con medios en donde no son sólo receptores, sino también emisores y constructores. Estos buscan informar, recrear, educar; pero ante todo posibilitan la creación. Fortalecen lazos, generan participación, acrecientan confianza, y ofrecen a los grupos humanos pequeñas victorias sobre la sociedad altamente consumista que no deja espacio para las noticias locales, para la exaltación de las empresas y logros de las comunidades.

Algunas entidades colombianas han emprendido la tarea de construir una base de datos confiable de los medios alternativos de comunicación. Ésa es una tarea que arrojará sin lugar a dudas datos muy significativos y amplios en un país que empieza a creer en los medios comunitarios, en los medios de las organizaciones, de las unidades empresariales, de las clínicas, de las ONG.

Una empresa privada hizo hace un par de años un esfuerzo parecido en Medellín, y anunciaba la existencia de más de ochocientos periódicos en la ciudad. Este dato, por supuesto, no incluye los canales comunitarios de televisión ni los que pertenecen a universidades o empresas que aumentan el número de ese tipo de medios, y si miramos el caso de lo que puede hacerse por Internet el panorama es aún más amplio.

El periodista y la muerte

El ejercicio de los periodistas es simplemente peligroso. Aquí a los periodistas los asesinan de cualquier lado porque siempre habrá alguien inconforme con una palabra, una frase, un titular o una mentira; pero siempre —y esto es peor— habrá alguien inconforme con una verdad; y en la mitad está el periodista preguntándose por lo que escribió o mostró... ¿Verdad para quién?... ¿Mentira para quién? Y si bien es cierto que se han presentado casos de falsedades evidentes en trabajos periodísticos en Colombia, también es cierto que esta nación cuenta con un cuerpo de periodistas entregados a la construcción de una sociedad mejor.

7. Tras la dimensión por conocer

En sus memorias, *Vivir para contarla*, García Márquez, refiriéndose a una época de su vida en la cual escribía *La Hojarasca*, su primera novela, y ganaba muy poco por lo que escribía para un periódico de la Costa Caribe colombiana, escribe: “Por *desgracia, ni el ingenio, ni la resistencia, ni el amor fueron suficientes para derrotar la pobreza*”^A. Así les sucede a los colombianos, a la mayoría de los colombianos; pero la vida de este país sigue llena de ingenio, resistencia, y amor; ésta es la mejor respuesta de nuestra gente a la crisis. La mayoría de los colombianos le responde al tiempo que le correspondió vivir. Es una respuesta digna y voluntariosa. La generosidad de las señoras de los barrios que se turnan el cuidado de los niños o el emprendimiento de las fábricas caseras de pan, arepas o galletas son sólo una luz refleja de eso. Las gentes de esta tierra son

solidarias con el dolor del otro y dividen el plato de caldo para que el vecino no se acueste con él estomago vacío. El colombiano ha aprendido a socializar pobreza a la espera de que algunos sectores socialicen desarrollo y bienestar social si no riqueza.

La respuesta a la crisis está en la puesta en común. La comunicación interpersonal debe acrecentar y erigirse como apuesta por un futuro mejor. Es preciso disminuir el énfasis en los medios y abrir el espacio al diálogo entre sujetos, decimos, hablarnos, confrontarnos, encontrar lo que nos separa y darnos la cara los unos a los otros para saber de esa otra persona que nos habla, de sus propios dolores y temores.

El valor de la palabra debe construir una nueva comunicación que no se quede únicamente en los medios de información masiva. Es preciso manifestar el acuerdo y la conformidad, el encuentro y la discrepancia, el sentir, la diferencia, ese es el primer encuentro. Héctor Abad Faciolince ha dicho que a los colombianos nos faltan palabras para el insulto, y que éste es necesario porque permite al ser humano desfogar su enojo: *“las culturas ricas en insultos me dan buena impresión. Han aprendido que en el lenguaje es posible descargar buena parte de una agresividad que sería más grave convertir en hechos”*¹⁴. Pareciera que en Colombia, muchas veces, no se insulta, se guarda en silencio la ofensa del otro y se le agrede físicamente. Para algunas personas, en Colombia no se insulta, se mata. Aunque eso tampoco sea exactamente verdad. No siempre, no tanto.

La comunicación interpersonal: el espacio recobrado

La comunicación interpersonal debe ser un espacio recobrado. Se trata de sembrar los nuevos cimientos de la comunicación en la sociedad, los que siempre debieron sustentar las relaciones sociales. Necesitamos estar más comunicados que mediados, pues hoy son más los medios que los enlaces, más la tecnología que el intercambio, más datos que comunicación.

Es hora de miramos a los ojos y dejar que la mirada diga tanto como las palabras para recobrar la confianza de saber con quién se habla. Ni los medios masivos ni la tecnología son perniciosos por sí mismos; de hecho, son un gran avance para la humanidad; pero, en cambio, la utilización que hacemos de ellos sumada a nuestra negativa a “compartir” está causando estragos.

La familia es el principal espacio de comunicación en nuestras sociedades. Muchas de nuestras familias viven rupturas comunicacionales que no permiten otra cosa que el crecimiento en el rencor, el egoísmo y la violencia. En Colombia el licor y las drogas son parte de los problemas de muchos hogares. Pero, a su vez, muchas veces son el fruto de discrepancias menores que crecieron, como bola de nieve, de monotonías, de silencios, de ausencias.

El hogar y la familia son algunos de los valores en los cuales creemos los colombianos y los latinoamericanos. Por eso los espacios de encuentro se inician allí. Ése es el primer compromiso con una sociedad comunicada. Hablar en la sala, en el comedor, escuchar, comprender en casa. Puede parecer trivial, pero, en verdad, gran parte de nuestros problemas nacen de los problemas familiares.

La comunicación educativa y la educación comunicativa

La educación debe enriquecer sus diferentes búsquedas. Uno de los esfuerzos pedagógicos del país debe ubicarse en la comunicación interpersonal que de algún modo ha sido abandonada, no sólo por los currículos, sino, además, perlas didácticas. La interacción de los educandos debe encontrar nuevas puestas en escena, nuevos ejercicios que vayan más allá de la postulación de objetivos para traducirse realmente en el logro de los mismos y el desarrollo de competencias. De esta manera, la evaluación, la calificación y los reconocimientos deben considerar y poner en práctica, realmente, los logros en la interacción y transacción entre los sujetos.

Nuestros niños deben aprender en las escuelas el verdadero valor de disentir y de expresar sus propios sentimientos y pensamientos. Pero más importante aún es que aprendan a conocer, comprender y respetar los ajenos. La comunicación *asertiva* tiene una dimensión aún incomprendida para nosotros. Nuestros infantes están creciendo, como las generaciones que nos trajeron hasta aquí, en el miedo a expresar su diferencia. Al parecer para nuestros niños es difícil decirle al otro que piensan distinto, que existe un disgusto, que no puede hacer algo, o no quiere hacerlo. Éste es el fruto de algunos modelos impositivos en nuestras familias donde la autoridad se ha ejercido muchas veces mimetizada en la violencia intrafamiliar.

Ahora las escuelas deben enseñar al niño a decir no, a expresar sus incompatibilidades, a decirle al otro lo que no le gusta de él. Incluso necesitamos niños que puedan decirle a los adultos, padres y profesores especialmente, aquello que no comparten. La labor del adulto es la educación, señalar el rumbo que la condición del infante le impide encontrar, canalizar sus expresiones motivando sus intereses y posibilidades comunicativas.

Impulsar procesos de simbolización, construir espacios para el intercambio de sentidos y opiniones es tarea inminente de nuestra sociedad. La escuela, los medios de comunicación, las organizaciones comunitarias y, por supuesto, las empresas están llamadas a impulsar nuevos espacios de construcción de sentido.

Debe partirse de la sana institucionalidad y los valores de nuestra sociedad. Es muy importante que se cuente con espacios de diálogo, con tiempos y lugares para la discusión de los sucesos del país y el mundo. Es impensable que en adversidades y situaciones complejas como las actuales, el común de la gente no pueda expresar sus opiniones y recibir otras que alimenten sus puntos de vista.

Por muchos años en muchos lugares las tertulias han alimentado la discusión social. Desde los encuentros de intelectuales en los cafés, pasando por las casonas de la Latinoamérica de la primera mitad del siglo XX, hasta los cafés y bares de los años setenta.

En nuestros días, la sola idea de tertulia está reservada para intelectuales o para señoras ricas que no tienen nada que hacer y en las tardes se dedican al “croché” y a “rajar” de la gente. En nuestras empresas el espacio de diálogo ha sido sinónimo de ineficiencia porque a la gente “no se le paga para que hable sino para que trabaje”. No es menos dramática la realidad de nuestras

escuelas y colegios donde se censura al estudiante por hablar mucho con sus compañeros y se llama a los padres de familia para decirles que su hijo es muy locuaz y, por lo tanto, tendrá un mal concepto en “disciplina”, cosa que afectará su hoja de vida.

Los conceptos de tertulia, diálogo, habla, locuacidad, expresión, han perdido su espacio entre nosotros o quizás nunca lo tuvieron. Hoy solo puede hablar la “gente importante”, los candidatos, los jefes, los gerentes, el alcalde, el profesor. “Hablar es para gente que sabe, para personas preparadas que saben lo que dicen”.

Hablar no es perder el tiempo. Somos unos necesitamos de espacios para hablar. El diálogo no es necesariamente sinónimo de ineficiencia y vagabundería; es simplemente la posibilidad humana de expresar, y ésa puede ser nuestra posibilidad de salir de la crisis. Las organizaciones e instituciones deberían propiciar las nuevas tertulias. Los encuentros que permitan la discusión de los temas del país. Es la puesta en común de las concepciones, los sueños o los dolores. Si las comunidades renuevan sus espacios de diálogo en los barrios, las escuelas, los colegios, las empresas ya se habrá iniciado el camino para una sociedad distinta.

Nuevas dimensiones para los medios

Los medios alternativos son una herramienta de crecimiento de las comunidades, de generación de sentidos y cohesión en los grupos humanos. Aquí los medios, la tecnología, la tecnología digital, las modernas posibilidades de impresión, las antenas parabólicas y los recursos

de diferentes organizaciones, empresas e instituciones deben prestar su servicio a la comunicación, al ser humano, a la cultura.

La gente común puede ahora, como se demuestra a diario, producir sus programas de radio o televisión, sus periódicos, sus páginas Web. En Colombia la caída de la ley del periodismo nos dijo que todos podemos ejercer el periodismo y, aunque así no fuera, todos podemos expresar, poner en común, informar. Los medios alternativos, a pesar de su auge, aún son una tímida iniciativa entre nosotros. Estos medios pueden abrir grandes puertas expresivas, estéticas, innovadoras, investigativas, recreativas. Es tiempo de ser los protagonistas de las revistas, los programas, los reportajes o las entrevistas. Es hora de ser los escritores, no importa cuánto esfuerzo cueste escribir un par de párrafos, pero allí está la posibilidad de construir valores sociales para nuevos tiempos. En esos medios pueden estar los encuentros que eviten los desencuentros violentos de mañana.

Los medios alternativos pueden generar iniciativas nuevas, crear empleos, quizás, hacer reír, entretener, prestar servicios sociales y educar a la gente en grupos reducidos a los cuales no llegan de modo efectivo y pedagógico los medios masivos.

Estos medios pueden abordar temas más específicos que preocupan a comunidades, barrios o grupos de personas con problemas y preocupaciones comunes. Los medios alternativos son una oportunidad a la cual no podemos renunciar.

Por su parte, los medios masivos también son irrenunciables y además no se les puede ignorar. El ritmo, el tono, el colorido, las estrategias de mercadeo, la sugestión, la cobertura y la incidencia de los medios hacen de ellos la puerta de salida de la crisis. Hay que insistir en la labor del “Ombudsman” o defensor de lectores y televidentes. Hay que buscar más acercamientos con las necesidades de la sociedad y un mayor compromiso con las tareas educativas.

La información de los medios es verdad para los colombianos; en esta tierra la gente no se autoriza, por lo común, a dudar de las noticias. Ese nivel de credibilidad debe alejar los abusos o mediocridades y mantener viva la llama de un periodismo responsable y comprometido. Todas y cada una de las franjas y espacios de los medios masivos se deben a la gente y, por lo tanto, deben respetarla con contenidos apropiados para cada segmento y con la seriedad en la elección y determinación de esos contenidos por parte de quienes tienen la tarea de hacerlo.

Este espacio queda apenas abierto. Colombia está sobre diagnosticada, han dicho muchas veces. Aquí hemos querido abordar algunas de las facetas de la comunicación en nuestra crisis y hemos aventurado algunas propuestas. Quedan abiertas las preguntas y quedan los temas por desarrollar.

La comunicación de nuestras sociedades tiene muchas otras aristas y muchos otros responsables directos como el Estado, a quien no nos hemos referido en mayor medida. ¿Cuál es la tarea del Estado en la comunicación pública? ¿Cuál es su responsabilidad en la búsqueda de una comunidad que se comuniqué, que se haga común? ¿Cuáles deben ser los empeños desde lo normativo y las ejecuciones públicas? ¿Cuáles deben ser los esfuerzos pedagógicos? Son aspectos que permitirían profundizar propuestas para que la nuestra, deje de ser una dimensión desconocida.

En estas circunstancias y necesidades de comunicación para las sociedades en crisis y particularmente para Colombia, resultan iluminadoras las palabras de William Ospina cuando dijo que *“La historia de Colombia es la historia de una prolongada postergación de la única aventura digna de ser vivida, aquella por la cual los colombianos tomemos verdaderamente posesión de nuestro territorio, tomemos conciencia de nuestra naturaleza –una de las más hermosas y privilegiadas del mundo–. Tomemos conciencia de la magnífica complejidad de nuestra composición étnica y cultural, creemos lazos firmes que unan la población en un orgullo común y en un proyecto común, y nos comprometamos a ser un país, y no un nido de exclusiones y discordias donde unos cuantos privilegiados, profundamente avergonzados del país del que derivan su riqueza, predican día y noche un discurso mezquino de desprecio o de indiferencia por el pueblo al que nunca supieron honrar ni engrandecer, que siempre les pareció ‘un país de cafres’, una especie subalterna de barbarie y fealdad.”*¹⁵

La comunicación es la alternativa para llegar a la construcción de una nación diferente. A partir de la comunicación se pueden derivar las acciones y construcciones que permitan al país salir de la crisis y emprender nuevos caminos. Desde las instituciones, las empresas, las diferentes agrupaciones comunitarias deben impulsarse nuevos esfuerzos por los procesos de comunicación intrapersonal, interpersonal y de masas.

Estamos abocados a hacer nuevos esfuerzos, nuevas simbolizaciones, encuentros asertivos y

desencuentros benéficos. Somos los ciudadanos con la responsabilidad histórica de proponer espacios para el diálogo, la tertulia, la discusión, la lectura. Estamos en el tiempo de la nueva dialéctica en las urbes y los campos. Ahora debemos ser los promotores de los nuevos tiempos, de la nueva comunicación. Es el momento de entrar en la verdadera dimensión de la comunicación social.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAD FACIOLINCE, Héctor. Palabras sueltas. Seix Banal. Bogotá, 2002.
- BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. Siglo XXI editores. 16ª Edición. España. 1999.
- BERLO K., David. El proceso de comunicación. Editorial El Ateneo, 2000.
- BUNGE, Mario. Teoría y Realidad. Ariel. Barcelona. 1985.
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. La Comunicación Humana en el mundo contemporáneo. McGraw Hill. 2001.
- FERRATER MORA, J. Diccionario de Filosofía. Tomo I. Ariel filosofía. Barcelona, 2001.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. Vivir para contarla. Norma. Bogotá, 2002.
- GAVIRIA, Juan Felipe y otros. Una reflexión sobre Colombia desde la educación. Eafit. Medellín. □ 2002.
- LUCAS MARÍN, Antonio; García Galera, Carmen. Ruiz San Román, José Antonio. Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta. Madrid 1999.
- MARINA, José Antonio. Ética para náufragos. Anagramas. Barcelona. Julio de 2001.
- MATTELART, Armand y Michelle. Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. Barcelona. 1997.
- MCCLINTOCK, Ann y Ellis RICHARD. Teoría y práctica de la comunicación humana. Paidós. Barcelona 1993.
- ORTEGA Y GASSET, [osé. El libro de las misiones. Espasa – Calpe. Madrid, 1976.
- OSPINA, William. Colombia y la Franja Amarilla. En revista número, # 9, marzo– mayo de 1996. Bogotá.
- OSPINA, William. Es tarde para el hombre. Norma. Bogotá. 1994
- RAMOS FRANCO, José. Rosario Tijeras. Plaza y Janes. Medellín. 1999.
- RICOEUR, Paul. Sí mismo como otro. Siglo XXI editores. Madrid. 1996.
- SARAMAGO, José. Ensayo sobre la ceguera. Santillana. Madrid. 1998.
- SFEZ, Luden. La comunicación ¿qué sé? Publicaciones Cruz O. Primera edición. México. 1994.
- TÉLLEZ, Edgar; MONTES, Óscar; Lesmes Jorge. Diario íntimo de un fracaso. Planeta. Bogotá 2002.

NOTAS

1. Ferrater, Mora J. Diccionario de Filosofía. Tomo I. Ariel filosofía. Barcelona, 2001. Pág. 728.
2. Ibíd.
3. Ibíd.
4. Ferrater, Mora J. Diccionario de Filosofía. Tomo I. Ariel filosofía. Barcelona, 2001. Pág. 728.
5. Esta historia, como otras de su calado, ha sido merecedora de los mejores comentarios literarios y de críticas duras entre las cuales están las que le acusan de un morbo literario con la crisis y el dolor colombianos.
6. Ante la imposibilidad de encontrar la cita precisa se ha tomado de Marina en: Marina, José Antonio. Ética para náufragos. Anagramas. Barcelona. Julio de 2001, Pág. 18.
7. McClintock, Ann y Ellis Richard. Teoría y práctica de la comunicación humana. Paidós. Barcelona 1993. Pág. 18.
8. Ospina William. La Franja Amarilla. En revista número, # 9, marzo-mayo de 1996. Bogotá, Colombia. Pág. 7.
9. Marina, José Antonio. Ética para náufragos. Anagramas. Barcelona. Julio de 2001, Pág. 16 IO. Mattelart
11. Aunque el tema ha sido suficientemente cubierto por los medios y parece existir mucha información sobre el asunto se sugiere leer: Téllez, Edgar; Montes, Osear; Lesmes Jorge. Diario íntimo de un fracaso. Planeta. Bogotá. 2002.
12. Ortega y Gasset, José. El libro de las misiones. Espasa -Calpe. Madrid, 1976. Pág. 103. 13. García Márquez, Gabriel. Vivir para contarla. Norma. Bogotá, 2002. Pág. 580.
14. Abad Faciolince, Héctor. Palabras sueltas. Seix Barral. Bogotá, 2002. Pág. 31.
15. Ospina William. La Franja Amarilla. En revista número, # 9, marzo-mayo de 1996. Bogotá, Colombia. Pág. 3.